



**You have downloaded a document from  
RE-BUS  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Językowe środki wartościowania w wywiadach z politykami

**Author:** Ewa Kapela

**Citation style:** Kapela Ewa. (2015). Językowe środki wartościowania w wywiadach z politykami W: A. Charciarek, H. Fontański, J. Lubocha-Kruglik (red.), "Jednostki języka w systemie i mowie" (s. 157-167). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

**Ewa Kapela**

Uniwersytet Śląski w Katowicach

## Językowe środki wartościowania w wywiadach z politykami

Wartościowanie (ocenie<sup>1</sup>) jest mającym swój podmiot (osoba wartościująca) oraz obiekt (coś/ktoś wartościowany) procesem, który polega na przypisaniu danemu obiektowi wartości pod pewnym względem (np. wartości witalne, estetyczne, etyczne, hedonistyczne, utylitarne). Tę wartość można umiejscowić na skali plus—minus, może ona również być stopniowalna<sup>2</sup>.

Jako proces kognitywny wartościowanie materializuje się w językowym akcie wartościowania, który — co istotne — ma na celu wywarcie wpływu na odbiorcę<sup>3</sup>. Działanie wartościujące ma za zadanie wytworzyć u odbiorcy komunikatu tzw. dyspozycję preferencyjną (tj. określone stanowisko, postawę) zbieżną z dyspozycją nadawcy w odniesieniu do wartościowanego obiektu<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> W pracach rosyjskich lingwistów używa się terminu *оценка*. J.M. Wolf traktuje kategorię oceny jako zjawisko semantyczne: „ценностный аспект значения языковых выражений, который может интерпретироваться как «А (субъект оценки) считает, что Б (объект оценки) хороший/плохой»”. Е.М. Вольф: *Функциональная семантика оценки*. Москва 1985, s. 5—6. Por. J. Puzynina: *Wokół języka wartości*. W: *Język w kręgu wartości*. Red. J. Bartmiński. Lublin 2003, s. 20.

<sup>2</sup> Por. definicję J. Puzyniny: „wartościowanie to zasadniczo czynność psychiczna człowieka polegająca na stwierdzeniu, jakie (i w jakim stopniu) wartości pozytywne lub negatywne [...] właściwe są — zdaniem osoby wartościującej — danym cechom, zachowaniom, stanom rzeczy, a pośrednio przedmiotom”. J. Puzynina: *Język wartości*. Warszawa 1992, s. 83.

<sup>3</sup> Por. Н.Д. Арутюнова: *Язык и мир человека*. Москва 1999, s. 169, 188.

<sup>4</sup> J. Szczepaniak: *Wartościowanie w tekście prasowym na przykładzie niemieckiej gazety „Bild-Zeitung”*. W: *Antynomie wartości. Problematyka aksjologiczna w językoznawstwie*. Red. A. Oskiera. Łódź 2007, s. 30—31.

Związek wartościowania z perswazją<sup>5</sup> szczególnie wyraźnie przejawia się w wypowiedziach polityków. Do lat 90. XX stulecia język polityki<sup>6</sup> sytuowano w obrębie stylu publicystycznego<sup>7</sup>, dla którego charakterystyczne jest współwystępowanie funkcji impresywnej i informacyjnej<sup>8</sup>. Dominującą funkcją języka polityki jest funkcja perswazyjna<sup>9</sup>: język ten jest przede wszystkim „narzędziem wykorzystywanym do wpływania na postawy, zachowania i świat wartości współuczestników komunikacji politycznej”<sup>10</sup>.

Mówiąc o wartościowaniu, należy podkreślić, jak zrobiła to Nina Dawidowna Arutiunowa, jego antropocentryczny charakter: „между оценочным предикатом и объектом оценки всегда стоит человек — индивид, социальная группа, общество, нация, Человечество. Из этого ключевого положения вытекают все частные свойства оценочных значений: субъективная варьированность, связь с множеством иллюкативных сил, зависимость от конкретных обстоятельств, в частности ситуации выбора, и т. п.”<sup>11</sup>. Dokonujący aktu wartościowania polityk wartościuje nie tylko na podstawie własnej skali wartości, ponieważ nie wypowiada się jako osoba prywatna. Wartościowanie za każdym razem stanowi „pochodną utrwalonego społecznie językowego obrazu świata, w którym pewne zachowania przyjęto traktować jako zgodne z normą, inne jako odbiegające od normy”<sup>12</sup>. Wartościowanie przez polityka zostaje dodatkowo uwarunkowane: z jednej strony faktem reprezentowania określonej opcji politycznej, z drugiej — chęcią przypodobania się potencjalnemu elektoratowi.

Jedną z możliwości przekazywania informacji, prezentowania poglądów i wyrażania ocen jest dla polityka udzielanie wywiadów<sup>13</sup>. Wywiad to — niezależnie od medium, w którym go opublikowano — zdialogizowany gatunek dziennikarski<sup>14</sup>, „interakcja werbalna”<sup>15</sup> między dziennikarzem a osobą udzie-

<sup>5</sup> Por. U. Wieczorek: *Wartościowanie, perswazja, język*. Kraków 1999.

<sup>6</sup> O różnorodności określeń komunikacji politycznej patrz: I. Kamińska-Szmaj: *Komunikacja polityczna — język, styl, dyskurs*. W: *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk. Kraków 2013, s. 407—408. Por. B. Walczak: *Co to jest język polityki?* W: „Język a Kultura”. T. 11. Red. J. Anusiewicz, B. Siciński. Wrocław 1994, s. 15—20.

<sup>7</sup> I. Kamińska-Szmaj: *Komunikacja polityczna...*, s. 408.

<sup>8</sup> *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. Ред. М.Н. Кожина. Москва 2006.

<sup>9</sup> B. Walczak: *Co to jest język polityki?*..., s. 20.

<sup>10</sup> I. Kamińska-Szmaj: *Komunikacja polityczna...*, s. 408—409.

<sup>11</sup> Н.Д. Арутюнова: *Язык и мир...*, s. 186.

<sup>12</sup> J. Bartmiński: *Miejsce wartości w językowym obrazie świata*. W: Tenże: *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin 2006, s. 137—138.

<sup>13</sup> Według Z. Bauera, udzielanie wywiadów jest obowiązkiem zawodowym polityka. Z. Bauer: *Wywiad prasowy. Gatunek i metoda*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Red. Z. Bauer, E. Chudziński. Kraków 2000, s. 193.

<sup>14</sup> Por. tamże, s. 191.

<sup>15</sup> M. Kita: *Wywiad prasowy. Język — gatunek — interakcja*. Katowice 1998, s. 45.

lającą wywiadu. Wywiad stanowi równocześnie przejaw kontaktu indywidualnego i ogólnego. Rozmawiają z sobą dwie konkretne osoby, które jednak występują w określonych rolach, reprezentują określone środowiska społeczne<sup>16</sup>. Małgorzata Kita pisze, że wywiad „wymaga potraktowania go jako przestrzeni społecznej, w której realizują się różne relacje między jego uczestnikami”<sup>17</sup>. Oprócz dwóch wymienionych bezpośrednich uczestników wywiadu występuje jeszcze trzeci, bierny jego uczestnik (odbiorca zbiorowy), ze względu na którego i dla którego wywiad jest przeprowadzany i upubliczniony (por. „Rozmowa X-a z Y-em w imieniu Z-a i dla Z-a”<sup>18</sup>).

Informowanie o faktach lub zdarzeniach jest jednym z podstawowych celów wywiadu. Oprócz niego Maria Wojtak wymienia jeszcze inne illokucje globalne tego gatunku. Są to: wyrażanie opinii i ocen, wpływanie na odbiorców (kształtowanie ich poglądów, a nawet postaw), zjednywanie odbiorców, zaspokajanie ich ciekawości oraz tworzenie (ewentualnie modyfikowanie, utrwalanie) wizerunku osoby udzielającej wywiadu albo wizerunku reprezentowanego przez nią środowiska<sup>19</sup>. Kita uznaje funkcję impresywną za dominującą w wywiadzie.

Skoro wywiad ma określone cele, do ich osiągnięcia wykorzystuje się rozmaite taktyki. Każdy z uczestników wywiadu wchodzi w jakąś rolę. Mimo pozorów bezpośredniej spontanicznej rozmowy wywiad jest swego rodzaju spektaklem<sup>20</sup>, sztuczną sytuacją o charakterze oficjalnym i publicznym. Częścią taktyki rozmówców jest sposób językowego ukształtowania komunikatu: „Brak bezpośredniego kontaktu z odbiorcą zbiorowym powoduje, że ciężar przekazywania mu treści pożądaných z punktu widzenia bezpośrednich uczestników wywiadu i siła oddziaływania na niego spoczywają na tekście stworzonym w trakcie interakcji między nimi”<sup>21</sup>.

Z całej materii językowej wywiadów interesować nas będą językowe środki wartościowania. Bazę materiałową analizy stanowią wywiady telewizyjne z rosyjskimi politykami. Zostały one wyemitowane na informacyjno-analitycznym kanale telewizyjnym „Россия 24” w okresie od końca 2013 roku do września 2014 roku (część z nich była transmitowana na żywo). Atrakcyjność wywiadu telewizyjnego polega na tym, że widz ma wrażenie niezafałszowanego, bezpośredniego kontaktu z kimś znanym, specjalistą w pewnej dziedzinie, co sprzyja większemu zaufaniu do wypowiedzianych przez niego słów i zinterioryzowaniu

<sup>16</sup> Por. M. Wojtak: *Wywiad prasowy — informacja rozpisana na głosy*. W: *Taż: Gatunki prasowe*. Lublin 2004, s. 239; M. Kita: *Wywiad prasowy...*, s. 79 i n., 167.

<sup>17</sup> Tamże, s. 198.

<sup>18</sup> Tamże.

<sup>19</sup> M. Wojtak: *Wywiad prasowy...*, s. 240, 247.

<sup>20</sup> „Wywiad jest akcją celową: ma zaznajomić widzów/słuchaczy z [...] ideami lub [...] ludźmi [...], jest spektaklem: mówi się dla publiczności”. D. Andre-Larochébouvry. Cyt. za M. Kita: *Wywiad prasowy...*, s. 85.

<sup>21</sup> Tamże, s. 197.

przekazywanych w wywiadzie ocen<sup>22</sup>. Udzielający wywiadu polityk uwzględnia publiczny i masowy charakter swojej wypowiedzi, a także możliwość samoprezentacji, jaką mu ona daje.

Uwzględniając obiekty wartościowania (np. relacje struktur władzy i przedsiębiorców, sytuację społeczno-ekonomiczną Federacji Rosyjskiej lub odrębnych jej podmiotów, działalność poszczególnych ministerstw, działalność państw na arenie międzynarodowej) oraz motywację wartościowania, typy wartości przywoływane w badanych wywiadach można ogólnie określić jako społeczno-polityczne<sup>23</sup>.

W wypowiedziach polityków odnajdujemy bogaty repertuar środków wartościowania eksplicytnego i implicytnego. Ich charakter warunkowany jest m.in. typem wywiadu, rodzajem medium, w którym go upubliczniono, oraz samą osobą udzielającą wywiadu (zajmowane stanowisko, przynależność partyjna, idiolekt polityka). Większość wywiadów poddanych analizie miała charakter informacyjno-sprawozdawczy lub analityczny, udzielali ich głównie wicepremierzy, a emitowane były na kanale informacyjno-analitycznym, co zadecydowało o specyfice odnotowanych tendencji.

W przypadku używania leksyki ogólnooceniającej lub opisowo-oceniającej wyraźnie widać skłonność do intensyfikacji oceny (często aż do skrajności) oraz do emocjonalizacji przekazu:

— wzmocnienie pozytywnie oceniającego przymiotnika *хороший* przysłówkiem *очень*; intensyfikacja wskazuje na to, że oceniana właściwość przewyższa normę:

A. ХЛОПОНИН. [...] *пример Чеченской Республики показывает **очень хорошую динамику*** [...].

A. ДВОРКОВИЧ. У нас ***очень хороший диалог с сетями, хороший диалог с отраслевыми ассоциациями. Все знают наиболее крупных производителей, есть система потребкооперации, где тоже есть **очень хорошие отношения и взаимосвязи***** [...];

<sup>22</sup> Nie można, oczywiście, zakładać wyłącznie bezrefleksyjnego odbioru komunikatu. Niemniej rozmówcy przekazują opinie, oceny, stosując wiele środków językowych, których nie sposób uchwycić podczas jednokrotnego wysłuchania wywiadu. Ważne jest zatem wartościowanie przemyślane, tak by odbiorca mógł je łatwo przyswoić, zapamiętać. Nie będzie przecież miał możliwości wrócenia do rozmowy, tak jak w przypadku wywiadu opublikowanego w prasie, który można wielokrotnie i uważnie przeczytać.

<sup>23</sup> W znanych typologiach wartości nie wymienia się wartości społeczno-politycznych jako osobnej kategorii. Taki typ w dyskursie politycznym proponuje wyróżnić A.A. Karamowa. Swoje ujęcie uzasadnia szczególnym rodzajem obiektu oceny, motywacji oceny (określone właściwości, które podlegają wartościowaniu) oraz dużą liczbą słownictwa, wyrażającego ocenę społeczno-polityczną i stanowiącego nieodłączny element dyskursu politycznego. A.A. Карамова: *Социально-политическая оценка как проявление современного политического дискурса. „Политическая лингвистика” 2011/1, s. 130—134.*

- intensyfikacja słów pozytywnie wartościujących przysłówkami *абсолютно*, *крайне* (umiejscowienie na końcu skali wartości świadczy o maksymalnym stopniu natężenia cechy); wzmacnianie oceny i ekspresywne nacechowanie wypowiedzi przez zaimek wskazujący *такой* lub przysłówkę *просто*:

А. ХЛОПОНИН. *Такого лагеря нигде нет, и это тоже просто абсолютно новая история в развитии Эльбруса и всего, что с этим связано.*

О. ГОЛОДЕЦ. *Это наше абсолютное положительное сальдо.*

И. ШУВАЛОВ. *Это соглашение, которое готовилось тоже очень много лет, и оно было **крайне необходимо** [...].*

Д. РОГОЗИН. *Из кричащего я назову следующее — это, конечно, проблемы в ракетно-космической промышленности, потому что, когда я пришёл на эту должность, у нас была **просто драма**: у нас **сразу несколько было аварий крайне обидных**, резонансных в космической сфере, и всем было понятно, что перезрела реформа в космической отрасли.*

- wzmocnienie oceny oraz jej kategoryczności dzięki użyciu wielkiego kwantyfikatora:

А. ДВОРКОВИЧ. [...] *в рамках диалога все понимают, что **никому** невыгодно допускать скачков цен, **всем** выгодна спокойная стабильная ситуация. **Никому** не выгоден ажиотажный спрос, **никому** не выгоден дефицит [...].*

- używanie leksyki ekspresywnej, np. przymiotników *потрясающий*, *выдающийся*, *великолепный*, *уникальный*, *катастрофический*, czasownika *рухнуть*; Jelena Michajłowna Wolf (a za nią Jadwiga Puzynina) nazywa tego typu słowa wartościujące afektywnymi; w ich znaczeniu ocena łączy się z intensyfikacją, a na pierwszy plan wysuwa się aspekt emotywny; leksyka afektywna wskazuje na subiektywny charakter wartościowania i może niekiedy łągodzić jego kategoryczność<sup>24</sup>, np.:

А. ХЛОПОНИН. *Нальчик — **потрясающий** город, Владикавказ — **потрясающий** город [...]. Это было **потрясающее мероприятие, и оно имело успех.***

Д. РОГОЗИН. [...] *сейчас мы до сих пор живём за счёт **выдающейся советской**<sup>25</sup> науки [...].*

<sup>24</sup> Е.М. Вольф: *Функциональная семантика...*, s. 43—44, 70.

<sup>25</sup> Przymiotnik *советский* należy do słów przeciwstawnie wartościowanych. W zależności od kontekstu ma albo pozytywne, albo negatywne konotacje. Por. А.А. Карамова: *Социально-политическая оценка...*



- Ю. ТРУТНЕВ. [...] *Дальний Восток уникален тем, что его окружают самые быстроразвивающиеся страны мира. Потом мы оценили преимущества положения Дальнего Востока, потому что это великолепный рынок.*
- С. ЛАВРОВ. *Это было весьма ограниченное по масштабам явление, не выдвигавшееся в качестве главной задачи, которая заключается в том, чтобы прекратить кровопролитие и не дать сирийскому народу рухнуть в катастрофическую бездну с миллионами человеческих жизней, оказавшихся в гуманитарном кризисе и катастрофе и т. д.*

Celem pragmatycznym wzmocnionego wartościowania jest silniejsze oddziaływanie na odbiorcę, wzmocnienie efektu perlokucyjnego, polegającego na zmianie stanu emocjonalnego odbiorcy, a przez to — być może — jego poglądów i postaw.

Na postawie przytoczonych replik można zauważyć tendencję do nagromadzenia (często także powtarzania) w jednej wypowiedzi wielu środków ocenających. Potwierdzałoby to konstatacje badaczy, że nacechowanie aksjologiczne jest immanentnym elementem dyskursu politycznego. Pozwala to mówić o swoistej hiperbolizacji wartościowania. Oto kolejne ilustracje tego zjawiska:

- И. ШУВАЛОВ. *За последние годы, к сожалению, эта кооперация ослабла: где-то она умерла, вообще перестала существовать, и сегодня мы понимаем, что, чтобы её запустить, экономика Украины должна быть значительно оздоровлена.*
- А. ХЛОПОНИН. *Мы сейчас разрабатываем фундаментальную программу, которая будет направлена на стимулирование подготовки нашей молодёжи, для того чтобы они могли получать уже современные, квалифицированные, дорогостоящие рабочие места [...] мы будем развивать так называемое среднее профессиональное образование [...], так называемые техникумы, где они будут готовить специалистов достаточно высокой квалификации на самом современном оборудовании. [...] эти ребята будут разъезжаться по всей России и занимать достойное место на экономической площадке Российской Федерации. [...] Мы такой пилот уже отработали, такой пилот мы запустили в Республике Дагестан, когда компания «Российские сети» сделала очень современный колледж, где готовят специалистов только для своей отрасли. Я вам скажу, что прогноз таков, что мы ожидаем около 70 человек на место поступления в этот колледж. Мы говорим, что ребята сразу, с лёту будут разъезжаться, они востребованы, нет такой*

*проблемы, куда им трудоустроиться. Это ребята, которые работают на самом современном оборудовании и получают достаточно высокую заработную плату после того, как уже трудоустраиваются.*

Obiektem oceny w ostatnim obszernym fragmencie jest program walki z bezrobociem. Jest on wartościowany pozytywnie m.in. wskutek melioryzacji i powtarzania przymiotnika *современный* oraz wymienienia wielu społecznie pożądanych efektów jego realizacji (wartościowanie tekstowe, implikowane przez opisywanie stanów rzeczy, które są cenione w społeczeństwie). Deskryptywny przymiotnik *современный* staje się w wypowiedziach polityków środkiem pozytywnego wartościowania, co może wynikać z jednego z jego znaczeń: 'отвечающий требованиям своего времени'<sup>26</sup>.

Do innych wyrazów (wyrażeń), które w wypowiedziach polityków są wartościujące i często same stają się nazwą wartości, należą np.: *развитие, прогресс, рост, диалог, инвестиции, лидер, качество, надёжность, стабильная ситуация/скачки цен, дефицит, ажиотажный спрос, безработица, мигрант, карьерный дипломат, конфликт*. Wypowiedzi polityków mogą zostać uznane za wartościujące, nawet jeśli nie występują w nich językowe środki wartościowania eksplicytnego. W wielu przypadkach nacechowanie aksjologiczne jest warunkowane kontekstowo, np. zostaje implikowane przez znaczenie deskryptywne, jeżeli opisywana jest sytuacja, która w „obrazie świata” uczestników wywiadu ma określony (pozytywny lub negatywny) sens<sup>27</sup>. Por.:

Д. КОЗАК. *Динамично развивающиеся города притягивают к себе как внутренних, так и внешних мигрантов, и это вызывает часто столкновения. Люди, когда большими массами скапливаются, труднее адаптируются к местным условиям, местным традициям, и возникает столкновение культур. Наша задача сегодня — сделать всё для того, чтобы минимизировать эти риски, эти угрозы [...].*

Rzeczowniki *задача* oraz *план* wprowadzające do wypowiedzi wartości teologiczne same stają się znakiem pozytywnych wartości. Polityk zdaje sprawę z planowanych zadań po to, by, mówiąc o wynikających z nich korzyściach, zdobyć poparcie społeczne i budować wizerunek własnej osoby/partii/grupy współpracowników zatroskanych o losy kraju i obywateli. Widzimy tu związek

<sup>26</sup> Большой толковый словарь русского языка. Ред. С.А. Кузнецов. Санкт-Петербург 1998.

<sup>27</sup> Por. E.M. Вольф: *Функциональная семантика...*, s. 7, 28—33; E. Laskowska: *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*. Bydgoszcz 2004; J. Puzynina: *Wokół języka wartości...*



wartościowania z orzekaniem o celu działania<sup>28</sup>: ‘jeżeli P ma cel (plan, zadanie) X, to X jest dobre’. Przykład:

- Д. КОЗАК. *Правительством был утверждён [...] **план** по привлечению частных инвестиций в жилищно-коммунальный сектор, который предполагает создание благоприятных условий для того, чтобы частные компании пришли с деньгами, пришли в этот сектор, с одной стороны. С другой стороны, они должны гарантировать соответствующие качество и надёжность предоставления жилищно-коммунальных услуг.*
- А. ДВОРКОВИЧ. *Нам предстоит и в следующем году, и через два года ещё сделать очень многое, чтобы войти сначала в 40, потом в 20 ведущих стран по условиям ведения бизнеса. Это очень амбициозная, очень сложная **задача**, но мы понимаем, как это делать.*

W zależności od tego, kto realizuje plan oraz jakie będą jego konsekwencje, może on być także wartościowany ujemnie, np. przez dodanie odpowiedniego epitetu, por.:

- С. ЛАВРОВ. [...] *нужно сделать все, чтобы сколотить боеспособный альянс правительства и патриотической оппозиции против приезжих террористов, которые слетелись в Сирию со всего мира, как на лакомый кусок, чтобы реализовать свои **зловредные планы**.*

Oprócz tego, co jest celem działań, pozytywną wartość ma również to, co należy zrobić. Na poziomie językowym tego rodzaju wartościowanie związane jest z modalnością deontyczną. Wyrażanie przekonania o powinności implikuje motywację wartościującą. Działanie w treści propozycyjnej oceniane jest w przytoczonych dalej wypowiedziach jako dobre. Można to przedstawić w formule: ‘P uważa, że trzeba zrobić X, bo X jest dobre’. Przykład:

- Ю. ТРУТНЕВ. ***Мы должны** развивать и поддерживать прежде всего экономику Российской Федерации.*
- А. ХЛОПОНИН. ***Нам нужно** самим создавать медийные информационные поводы. **Нам нужно** проводить международные фестивали, **нам нужно** проводить такие мероприятия, которые бы были интересны всем жителям России.*
- Д. КОЗАК. [...] ***необходимо** принять все меры, обеспечивающие сбалансированное развитие нашей огромной территории, нашей уникальной страны [...].*

<sup>28</sup> Por. E. Laskowska: *Dyskurs parlamentarny...*, s. 115.

Tego typu wypowiedzi postulatywne informują o postawie wolitywno-oceniającej podmiotu wartościowania. Strukturę semantyczną tych komunikatów można przedstawić za pomocą formuły zaproponowanej przez Renatę Grzegorzczukową: ‘nadawca deklaruje swoje przekonanie o wartości (pozytywnej bądź negatywnej) stanu rzeczy komunikowanego przez składnik propozycyjno-inalny’ i w konsekwencji ‘zaleca realizowanie tego stanu rzeczy’<sup>29</sup>.

Interesującą kwestią są językowe sposoby wyrażania wartościowania negatywnego, szczególnie wykorzystującego silnie zaksjologizowane przeciwstawienie swój—obcy. W analizowanych wywiadach obcy (oni) to zwykle państwa Zachodnie, UE lub USA. Bardzo wyraźnie przejawia się w takich przypadkach mechanizm perswazyjny nazwany przez Stanisława Barańczaka symplifikacją rozkładu wartości<sup>30</sup>. Oto jeden z przykładów:

C. ЛАВРОВ. *Дипломаты зарубежных стран, в том числе американские, достаточно регулярно допускают правонарушения в отношении российского законодательства. Мы не пытаемся делать из этого информационную бомбу, а сразу обращаемся в посольства и стремимся решить вопрос без каких-либо информационных поводов и нагнетания страстей. Думаю, что американцы должны были поступить так же в этой ситуации. Но они выбрали другой путь.*

Badaczka komunikacji politycznej Janina Fras stwierdza, że opozycje swój—obcy, my—oni, kluczowe w całym współczesnym dyskursie publicznym, oddają wszelkie panujące podziały socjopolityczne<sup>31</sup>. Takiemu przeciwstawieniu towarzyszy zwykle silne nacechowanie emocjonalne. A tam, gdzie są emocje, jest także wartościowanie<sup>32</sup>. Bogatym źródłem przykładów wartościowania negatywnego opartego na dychotomii my—oni (choć oczywiście jest w nich również szereg innych środków) są wywiady, w których politycy proszeni są o komentarz do aktualnej sytuacji społeczno-politycznej związanej z wydarzeniami na Ukrainie. Ze zrozumiałych względów (zaangażowanie Rosji) repliki odnoszące się do tej kwestii są silnie nacechowane aksjologiczne. Są one także świadectwem tego, że znak wartości, wyrażanej wprost lub tylko implikowanej, uzależniony jest od czynników pozajęzykowych. W kontekście embarga na niektóre produkty spożywcze pochodzące z UE lub USA, wprowadzonego przez

<sup>29</sup> R. Grzegorzczukowa: *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*. Warszawa 2001, s. 134.

<sup>30</sup> S. Barańczak: *Czytelnik ubezwłasnowolniony: perswazja w masowej kulturze literackiej PRL*. Paris 1983, s. 34.

<sup>31</sup> J. Fras: *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*. Wrocław 2005, s. 166—167.

<sup>32</sup> Por. A. Awdiejew: *Gramatyka interakcji werbalnej*. Kraków 2004, s. 116—117.

Rosję w odpowiedzi na sankcje gospodarcze nałożone na nią za zaangażowanie w konflikt militarny na Ukrainie, nawet ser szwajcarski staje się obiektem wartościowanym ujemnie:

**В. ЖИРИНОВСКИЙ.** *Но при этом мы меньше всех проигрываем, а скорее выигрываем. [...] ничего бояться не надо. Как были все полки в магазинах полные, так и будут. Но появятся вместо них наши товары. Они вкуснее, они здоровее, они доброкачественные, потому что там в основном используются искусственные удобрения, искусственная подкормка [...], и это приводит к ухудшению качества. [...] И мы не просто ограничиваем ввоз оттуда продовольствия, как экономическая мера, это медицинская мера. Вот возьмите сыры: голландские, швейцарские и все прочие. Это холестерин, это вред для организма. Нам нужны белые сыры, брынза [...], которые полезны [...].*

Mówiąc o językowych środkach wartościowania w wywiadach telewizyjnych, należy pamiętać o tym, że towarzyszą im elementy kodów niewerbalnych: parajęzykowe (sygnały wokalne i paralingwistyczne: ton głosu, intonacja, tempo mówienia, pauzy) oraz pozajęzykowe (sygnały kinestetyczne: mimika, gesty)<sup>33</sup>. Znaki niewerbalne mogą potwierdzać i wzmacniać oceny wyrażone werbalnie, ale mogą również z nimi nie współgrać, co może spowodować obniżenie lub wręcz utratę wiarygodności osoby wygłaszającej sąd wartościujący.

<sup>33</sup> Na temat komunikacji niewerbalnej patrz np. Е.И. Шейгал: *Невербальные знаки политического дискурса*. В: „Основное высшее и дополнительное образование. Проблемы дидактики и лингвистики”. № 1. Волгоград 2001. <http://www.philology.ru/linguistics1/sheygal-01.htm> (data dostępu: 10.09.2014); В.З. Демьянков: *Интерпретация политического дискурса в СМИ*. В: *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. Ред. М.Н. Володина. Москва 2003; М. Tokarz: *Argumentacja, perswazja, manipulacja*. Gdańsk 2006; J. Wasilewski: *Retoryka dominacji*. Warszawa 2006.

Эва Капела

#### Языковые средства выражения оценки в интервью с политиками

#### Резюме

В статье отмечаются тенденции в употреблении политиками определенных языковых средств выражения оценки. Материалом исследования послужили телеинтервью с российскими политиками. Привлекательность этого типа интервью заключается в том,

что у зрителя имеется ощущение непосредственного, настоящего общения с известным человеком. Этот факт способствует росту доверия к словам политика и интериоризации провозглашаемых им оценок. Приведенные в статье примеры являются доказательством того, что оценивание — это неотъемлемый элемент политического дискурса и что оно тесно связано с персуазивностью.

**Ewa Kapela**

Linguistic means of evaluation  
employed in interviews with politicians

Summary

The article registers tendencies to employ particular linguistic means of evaluation observed among politicians. The research material consisted in TV interviews with Russian politicians. The attractiveness of this type of an interview comes from the viewer's impression of an unfalsified, direct contact with someone known, an expert in a given field. This fosters greater trust towards the words uttered by the interviewed figure and inclines the audience to internalize the communicated opinions. The examples referenced in my paper prove the thesis that evaluation is inextricably linked to the political discourse and remains in direct relationship with the notion of persuasion.